

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**  
до практичних занять та самостійної роботи  
з навчальної дисципліни

**ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАТИВНА  
КОМПЕТЕНТНІСТЬ**

*(для студентів 5 курсу денної форми навчання  
галузі знань «Сфера обслуговування»  
спеціальностей*

*7.14010301, 8.14010301 Туризмознавство (за видами)  
8.14010101 Готельна і ресторанна справа)*

**Харків  
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова  
2015**

Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Професійна комунікативна компетентність» (для студентів 5 курсу денної форми навчання галузі знань «Сфера обслуговування» спеціальностей 7.14010301, 8.14010301 Туризмознавство (за видами), 8.14010101 Готельна і ресторанна справа) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад. : С. А. Александрова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 19 с.

Укладач: к. пед. н. С.А. Александрова

Рецензент: д. екон. н, проф. І.М. Писаревський

Рекомендовано кафедрою туризму та готельного господарства, протокол засідання № 1 від 29 серпня 2014 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ТЕМА 1. ДІЛОВЕ, ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ ТА КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ.....	5
ТЕМА 2. БАР'ЄРИ КОМУНІКАЦІЙ.....	6
ТЕМА 3. ТЕХНІКА УСПІШНОЇ РОБОТИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ У СФЕРІ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ ТА ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ДІЛОВИМИ ПАРТНЕРАМИ.....	7
ТЕМА 4. МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ .....	10
ТЕМА 5. ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	15
ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА. ПОВЕДІНКА ОСОБИСТОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	15
ТЕМА 7. ФОРМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ПІДПРИЄМСТВА.....	16
ТЕМА 8. КОНФЛІКТИ, ПРОФЕСІЙНИЙ СТРЕС. ПРОФЕСІЙНІ ДЕФОРМАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ.....	16
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	18

## ВСТУП

Об'єктом діяльності туристської індустрії є система дій, спрямованих на формування, просування і реалізацію туристського продукту, готельно-ресторанних послуг, екскурсійного, санаторно-курортного та спеціалізованого обслуговування. Її суб'єкти забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. Це та галузь діяльності, фахівці якої мають володіти, нарівні з професійними знаннями, уміннями та навичками, комунікативною грамотністю, культурою і компетентністю як у рамках рідної культури, так і в міжкультурному спілкуванні.

Саме високий рівень професійно-комунікативної компетентності є однією з провідних якостей майбутніх фахівців сфери туристської індустрії, що зумовлюють його професійну успішність.

**Метою і завданням** вивчення дисципліни є формування професійної комунікативної компетентності, оволодіння теоретичними основами, системами норм та цінностей професійної комунікації, вміння вести ефективні комунікаційні взаємодії, в тому числі засобами інформаційних технологій.

**Предмет вивчення** - загальні поняття з ділового професійного спілкування та комунікацій у сфері туризму як на міжособистісному, так і на міжкультурному рівнях, типові комунікативні ситуації у туристській індустрії.

**Методика вивчення** дисципліни базується на поєднанні лекцій, практичних занять, що передбачають вирішення поточних завдань, аналіз конкретних ситуацій, ділові ігри, тестування і самостійної позааудиторної роботи студентів.

# ТЕМА 1

## ДІЛОВЕ, ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ ТА КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ

### **Обговорення теоретичних питань:**

1. Спілкування, комунікації та інформація: сутність та співвідношення понять
2. Комунікаційний процес
3. Види комунікацій
4. Канали комунікацій
5. Комунікації в туристській індустрії. Поняття «суб'єкт» та «об'єкт» професійних комунікацій в туристській індустрії
6. Функціональна готовність працівників підприємств туристської індустрії до ефективних професійних комунікацій

### **Завдання**

1. Існують різні точки зору із приводу співвідношення понять «комунікація» і «спілкування», «компетентність» і «компетенція». У табл. 1 представлені основні підходи до співвідношення цих термінів.

Використовуючи різну літературу, статті, ресурси Інтернет, заповніть таблицю (впишіть у неї по три визначення із вказівкою автора й інформаційного джерела). Після заповнення таблиці сформулюйте власну думку із приводу співвідношення запропонованих понять, оформіть її у вигляді висновків.

Таблиця 1 – Співвідношення понять «комунікація» і «спілкування», «компетентність» і «компетенція»

Визначення, автор		Інформаційне джерело (Інтернет адреса, стаття тощо)
<b>1. Співвідношення понять «комунікація», «спілкування»</b>		
<b>1.1. «комунікація» - поняття більш широке ніж «спілкування»</b>		
1.		
2.		
3.		
<b>1.2. «спілкування» - поняття більш широке ніж «комунікація»</b>		
1.		
2.		
3.		
<b>1.3. «комунікація» і «спілкування» - рівнозначні поняття</b>		
1.		
2.		
3.		
<b>2. Співвідношення понять «компетентність», «компетенція»</b>		
<b>2.1. «компетентність»- поняття більш широке ніж «компетенція»</b>		
1.		
2.		
3.		
<b>2.2. «компетенція»- поняття більш широке ніж «компетентність»</b>		
1.		
2.		
3.		
<b>2.3. «компетентність» і «компетенція»- рівнозначні поняття</b>		
1.		
2.		
3.		

2. Для перевірки ступеня володіння професійною термінологією складіть кросворд з професійних термінів.

### ***Теми рефератів***

1. Психологічні компоненти процесу комунікації.
2. Особливості невербальних комунікацій.
3. Професійна мова спілкування.
4. Особливості професійного й ділового спілкування у сфері туризму
5. Фахівець підприємства туріндустрії як суб'єкт ділового спілкування.
6. Ділове спілкування в туріндустрії: сутність та об'єктивні потреби у розвитку.
7. Огляд наук, які досліджують різні аспекти спілкування.
8. Особливості письмової ділової мови.
9. Особливості опосередкованого спілкування (по телефону, електронній пошті).

## **ТЕМА 2 БАР'ЄРИ КОМУНІКАЦІЙ**

### ***Обговорення теоретичних питань:***

1. Ефективні комунікації
2. Фактори, що впливають на ефективність комунікації
3. Бар'єри комунікацій
4. Структурні компоненти ділових комунікацій
5. Слухання в комунікаціях
6. Засоби підвищення ефективності комунікацій

### ***Завдання***

1. Користуючись досвідом професійного спілкування, додатковою літературою визначте, які комунікативні бар'єри виникають найчастіше в процесі професійної діяльності в туристській індустрії, які їх причини.

2. Сформулюйте правила, які допоможуть запобігти виникненню комунікативних бар'єрів або усунути їх, якщо вони виникли.

Результати оформіть у вигляді табл. 2.

Таблиця 2 – Бар'єри комунікації

Вид бар'єру (проблема взаємодії)	Причина виникнення	Шляхи попередження та подолання
Взаємодія «споживач – фахівець підприємства»		
...		
Взаємодія «фахівець – фахівець (в рамках одного підприємства)»		
...		
Взаємодія «фахівець – діловий партнер (вітчизняний)»		
...		
Взаємодія «фахівець – діловий партнер (іноземний)»		
...		

### ***Теми рефератів***

1. Теорія транзактного аналізу
2. Конструктивна та деструктивна критика
3. Нейролінгвістичне програмування
4. Репрезентативні системи

### **ТЕМА 3**

## **ТЕХНІКА УСПІШНОЇ РОБОТИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ У СФЕРІ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ ТА ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ДІЛОВИМИ ПАРТНЕРАМИ**

### ***Обговорення теоретичних питань:***

1. Характерні риси сучасних споживачів послуг туристської індустрії
2. Мотиваційні аспекти в туристській індустрії
3. Етапи взаємодії зі споживачами
4. Види переговорів, стратегії та стилі їх ведення
5. Етапи ведення переговорів
6. Моделі переговорів як форми ділового спілкування в туристській індустрії
7. Маніпулятивні прийоми ведення ділових переговорів

### ***Завдання***

1. Розробити програму, інструментарій дослідження і на основі досвіду проходження виробничої практики провести дослідження з вивчення питання, на вибір:

- функціональної готовності працівника турпідприємства до ефективної професійної діяльності;
- споживачів турпослуг у ході ділового спілкування;
- психології колективу турпідприємства.

2. Розробити письмово презентацію своєї туристської фірми/готелю, послуги на виставці, туру на міжнародному рівні, в межах країни (мета презентації, завдання, тема, місто проведення, час, експозиція, вступ, ключові положення, заключна частина, компоненти змісту, які зроблять презентацію більш переконливою, чи необхідні технічні засоби тощо)

3. Проаналізуйте діяльність менеджерів турпідприємства як предмета професійного і ділового спілкування.

4. Складіть електронний лист партнеру, рекламну інформацію про турфірму, готель, санаторій

5. Скласти план підготовки й проведення переговорів з актуального для турпідприємства питання.

6. **Рольова гра.** Ви – керівник групи туристів, яка відправляється в Туреччину. Літак затримався більш ніж на три години, в Туреччину прибули в дуже пізній час. В аеропорту Туреччини вас зустріли та доставили до готелю, але більш низької категорії ніж оговорювалося у договорі з вашою туристською фірмою. Туристи відмовляються поселятися в запропонованому

готелі, адже вони купили більш дорогі послуги. Туристській фірмі погрожують неприємності. Як Ви будете діяти? Продумайте лінію поведінки з туристами, з партнерами. Підберіть необхідні слова щоб заспокоїти туристів, змусити партнерів виконати умови договору.

**7. Рольова гра «Диференційоване обслуговування».** Група студентів поділяється на дві команди – працівників туристської фірми і клієнтів. Кожен з учасників команди клієнтів виступає у ролі будь-якого запропонованого споживача турпродукту або обирає роль самостійно.

Варіанти замовлень:

- батьки з дитиною бажають відпочити протягом двох тижнів за кордоном;
- жінка середнього віку бажає ознайомитися із визначними пам'ятками найбільш відомих міст Європи;
- мати бажає відправити доньку в оздоровчий табір в межах України;
- літня жінка бажає відпочити в затишному, екологічно чистому місті;
- двоє чоловіків бажають навчитися підводному плаванню;
- група з чотирьох чоловік бажає здійснити паломництво до християнських святинь;
- молодожони бажають провести медовий місяць на екзотичному острові;
- двоє жінок бажають потрапити на карнавал або якесь свято.

Клієнт звертається до працівника турфірми з проханням підібрати тур відповідно до його бажань і матеріальних можливостей. Працівник турфірми має врахувати особливості кожного замовлення і обслужити споживача так, щоб він підібрав для себе тур і залишився задоволеним рівнем обслуговування. Клієнт оцінює своє обслуговування в балах (від 1 до 10), відмітки ставляться анонімно. Після того, як всі клієнти будуть обслужені, команди міняються ролями. Після підсумовування балів, визначається команда – переможець.

**8. Рольова гра «В ресторані».** Для проведення гри необхідно підготувати декілька різних меню. Групу студентів поділяють на підгрупи по чотири особи. Один студент підгрупи виконує роль офіціанта, інші – відвідувачів ресторану. Кожен споживач має замовити три блюда.

Ситуації:

- відвідувачі ресторану відмічають важливу подію;
- відвідувачі ресторану мають обмежену кількість грошей;
- шеф-кухар захворів тому відсутні деякі блюда меню;
- одна людина з групи – вегетаріанець тощо.

**9. Ділова гра «Готель».** Групу студентів ділять на дві команди, кожна з яких пропонує набір послуг, інтер'єр, характер сервісу, стиль взаємовідносин «клієнт-співробітник готелю» для певного типу готелю:

- молодіжний;
- курортний;
- мотель;
- для сімейного відпочинку;



- для обслуговування ділових людей;
- туристський.

10. Скласти корпоративну книгу сценаріїв (стандартів) продажів  
Орієнтовний зміст корпоративної книги сценаріїв продажів:

Розділ 1. Підготовка до продажу й спілкування з клієнтом.

1.1. Зовнішній вигляд фахівця підприємства. Фірмовий стиль, одяг, взуття, аксесуари й прикраси.

1.2. Джерела інформації про клієнта. Картотека бази клієнтів: клієнти ключові, реальні, перспективні, імовірні, потенційні.

1.3. Сценарій зустрічі.

Розділ 2. Переговори по телефону.

2.1. Стандарти проведення телефонних переговорів.

2.2. Фрази-кліше під час спілкування із клієнтом по телефону.

Розділ 3. Встановлення контакту.

3.1. Вплив невербальної поведінки.

3.2. Стандарти встановлення вербального контакту.

Розділ 4. Збір інформації. Виявлення потреб клієнта.

4.1. Питання-кліше для виявлення потреб клієнта.

4.2. Кліше активного слухання.

Розділ 5. Презентація й робота з запереченнями.

5.1. Унікальні конкурентні переваги компанії.

5.2. Факти, що викликають інтерес і повагу до компанії.

5.3. Унікальні конкурентні переваги продукту.

5.4. Кліше презентації товару.

5.5. Переведення питань, сумнівів, заперечень споживача в його потребу.

5.6. Стандарт роботи фахівця із сумнівами й запереченнями споживача.

5.7. Питання, які найбільш часто задають споживачі та варіанти відповідей на них.

5.8. Заборонені фрази й висловлення.

Розділ 6. Завершення угоди, продажу товару.

6.1. Фрази-кліше про домовленість наступних дій.

6.2. Фрази-кліше на етапі завершення контакту.

Розділ 7. Посадові інструкції.

Розділ 8. Робота з документами первинної бухгалтерії.

8.1. Порядок укладання договору.

### ***Теми рефератів***

1. Гендерні особливості в психології споживачів турпослуг у ході ділового спілкування і їх врахування в діяльності працівників турпідприємств.

2. Вікові особливості в психології споживачів турпослуг у ході ділового спілкування і їх врахування в діяльності працівників турпідприємств.

3. Характерологічні особливості в психології споживачів турпослуг у

ході ділового спілкування і їх врахування в діяльності працівників турпідприємств.

4. Етнічні особливості в психології споживачів турпослуг у ході ділового спілкування і їх врахування в діяльності працівників турпідприємств.

5. Неусвідомлювані регулятори поведінки споживачів турпослуг у ході ділового спілкування і їх врахування в діяльності працівників турпідприємств.

6. Порівняльна характеристика споживачів турпослуг в Україні й на Заході. Вимоги до публічного виступу.

7. Вивчення співрозмовника за його манерою поведінки.

8. Аналіз різних типів співрозмовників та рекомендації щодо взаємодії з ними.

9. Поведінка споживача комплексної туристської послуги.

10. Створення корпоративної книги сценаріїв продаж: вигоди і технологія.

11. Імідж ділової людини.

12. Діловий етикет: історія виникнення та сучасні тенденції.

13. Види протокольних заходів та правила поведінки на них.

14. Подарунки та сувеніри для ділових партнерів.

15. Розробка стратегії ділових переговорів з урахуванням різниці культур.

16. Національні традиції та манери за столом.

17. Гумор в міжнародному бізнесі.

18. Стиль обговорення питань на переговорах у представників різних національностей.

19. Мова рухів, жестів, міміки на ділових переговорах.

20. Український стиль ведення ділових переговорів.

## **ТЕМА 4**

### **МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ**

#### ***Обговорення теоретичних питань:***

1. Міжкультурна комунікація
2. Міжкультурна компетентність
3. Вплив культури на міжкультурну комунікацію
4. Міжкультурна адаптація
5. Бар'єри в міжкультурних комунікаціях
6. Міжкультурна комунікація як невід'ємний фактор туризму й домінанта міжнародної туристської діяльності
7. Зіставлення культур народів миру

#### ***Завдання***

1. Використовуючи літературу, ресурси Інтернет, дослідить основні класифікації ділових культур.

2. Використовуючи дані табл. 3, відберіть з запропонованих характеристик ті, які відповідають країнам (країни обрати згідно варіанту розрахунково-графічної роботи), прокоментуйте свій вибір.

Таблиця 3 – Класифікація ділових культур

№	Характеристика	Можливі варіанти
1	2	3
1	Класифікація ділових культур по Р. Льюїсу	
1.1	Організація діяльності особистості у часі	- моноактивні, - поліактивні, - реактивні.
1.2	Спосіб використання часу	- монохронні, - поліхронні
1.3	Ступінь пунктуальності	- пунктуальні, - непунктуальні
1.4	Ступінь орієнтованості на діалог	- орієнтовані на діалог, - орієнтовані на безособистісний збір інформації
1.5	Організація особистісного простору	- контактні, - дистантні
1.6	Сприйняття часу	- лінійне, - суб'єктивне, - циклічне
2	Класифікація ділових культур за Ф. Тромпенаарсом	
2.1	Відношення до часу	- послідовне, - синхронне
2.2	Відношення до природи	- природа підкоряється людині, - людина є частиною природи
2.3	Відношення до правил, законів	- культура універсальних істин, - культура індивідуальних істин
2.4	Відношення до колективізму/індивідуалізму	- індивідуалістські, - колективістські
2.5	За ступенем розмежовування особистого та публічного життя	- низькоконтекстні, - висококонтекстні
2.6	За визначенням статусу особистості	- орієнтовані на соціальне походження, - орієнтовані на заслуги
2.7	За ступенем прояву емоцій	- нейтральні, - емоційні
3	Класифікація ділових культур за А.Клукхоном та Ф. Стротдбеком	
3.1	Відношення до природи	- панування людини над природою, - гармонія людини з природою, - підкоряння людини природі
3.2	Відношення до часу	- орієнтація на минуле, - орієнтація на теперішнє, - орієнтація на майбутнє
3.3	Відношення до колективізму/індивідуалізму	- індивідуалістські, - колективістські
3.4	Природа людини	- людина – джерело пороку, носій зла, - людина – джерело добрودійності, добра, - в людях суміщається добро та зло
3.5	Відношення до життя та діяльності	- націленість на активну діяльність, - орієнтованість на життя в усіх його проявах, - баланс між особистим життям та професійною діяльністю

1	2	3
4	Класифікація ділових культур за С.Роненом та О.Шенкаром	
4.1	Подібність культурних цінностей	<ul style="list-style-type: none"> <li>- англомовна група</li> <li>- скандинавська група</li> <li>- германська група</li> <li>- латиноєвропейська група</li> <li>- латиноамериканська група</li> <li>- близькосхідна група</li> <li>- тихоокеанська група</li> <li>- арабська група</li> <li>- така, що не належить до жодної групи даної класифікації</li> </ul>
5	Класифікація ділових культур за Г.Хофстідом	
5.1	Дистанція влади	<ul style="list-style-type: none"> <li>- маленька</li> <li>- велика</li> </ul>
5.2	Відношення до колективізму/індивідуалізму	<ul style="list-style-type: none"> <li>- індивідуалістські</li> <li>- колективістські</li> </ul>
5.3	За розподілом ролей в суспільстві	<ul style="list-style-type: none"> <li>- маскулінна (мужня)</li> <li>- фемінна (жіноча)</li> </ul>
5.4	Ступінь неприйняття невизначеності	<ul style="list-style-type: none"> <li>- низький</li> <li>- високий</li> </ul>
5.5	Часова орієнтація	<ul style="list-style-type: none"> <li>- довгострокова</li> <li>- короткострокова</li> </ul>

### 3. Практична вправа «Культурний шок і культурна адаптація»

Запропонуйте перелік типових причин виникнення культурного шоку у працівників міжнародної компанії (10–15 причин), спрямованих на нове місце в інше культурне середовище й запропонуйте засоби можливого подолання культурного шоку.

4. Вивчить й опишіть особливості ділової культури двох країн. Відобразить графічно індекси культур двох країн (за класифікацією Хофстіда). Виявіть основні конфліктні області, опишіть основні проблеми, які, на вашу думку, можуть виникати при діловому співробітництві представників двох країн, зазначте шляхи оптимізації процесу взаємодії (попередження та подолання проблем міжкультурної взаємодії).

#### Інформаційний матеріал до завдання 4.

**1. Дистанція влади** (power distance, PDI) – ступінь нерівності між людьми, яку населення даної країни вважає припустимим або нормальним. При цьому низький ступінь характеризується відносною рівністю в суспільстві, а високий — навпаки.

**2. Індивідуалізм** – характеристика суспільства, у якому зв'язок між індивідами незначний, кожний опікується, насамперед, про себе й свою сім'ю.

**Колективізм** – характеристика суспільства, у якому люди від народження ростуть і розвиваються в згуртованих групах. Ці групи опікуються й оберігають своїх членів в обмін на суцільну лояльність.

Таблиця 6 – Індекс дистанції влади (ІДВ)

Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ
Малайзія	104	Франція	68	Іран	58	Німеччина	35
Гватемала	95	Гонконг	68	Тайвань	58	Велика Британія	35
Панама	95	Колумбія	67	Іспанія	57	Швейцарія	34
Філіппіни	94	Сальвадор	66	Пакистан	55	Фінляндія	33
Мексика	81	Туреччина	66	Японія	54	Норвегія	31
Венесуела	81	Бельгія	65	Італія	50	Швеція	31
Арабські країни	80	Східна Африка	64	Аргентина	49	Ірландія	28
Еквадор	78	Перу	64	Південна Африка	49	Нова Зеландія	22
Індонезія	78	Таїланд	64	Ямайка	45	Данія	18
Індія	77	Чилі	63	США	40	Ізраїль	13
Західна Африка	77	Португалія	63	Канада	39	Австрія	11
Югославія	76	Уругвай	61	Нідерланди	38		
Сінгапур	74	Греція	60	Австралія	36		
Бразилія	69	Південна Корея	60	Коста-Ріка	35		

Таблиця 7 – Індекс ідивідуалізму (ІІ)

Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ
США	91	Німеччина	67	Уругвай	36	Південна Корея	18
Австралія	90	Південна Африка	65	Греція	35	Тайвань	17
Велика Британія	89	Фінляндія	63	Філіппіни	32	Перу	16
Канада	80	Австрія	55	Мексика	30	Коста-Ріка	15
Нідерланди	80	Ізраїль	54	Східна Африка	27	Пакистан	14
Нова Зеландія	79	Іспанія	51	Югославія	27	Індонезія	14
Італія	76	Індія	48	Португалія	27	Колумбія	13
Бельгія	75	Японія	46	Малайзія	26	Венесуела	12
Данія	74	Аргентина	46	Гонконг	25	Панама	11
Швеція	71	Іран	41	Чилі	23	Еквадор	8
Франція	71	Ямайка	39	Західна Африка	20	Гватемала	6
Ірландія	70	Бразилія	38	Сінгапур	20		
Норвегія	69	Арабські країни	38	Таїланд	20		
Швейцарія	68	Туреччина	37	Сальвадор	19		

3. Показники *мужність( маскулінність) і жіночність (фемінність).*

Таблиця 8 – Індекс мужності (ІМ)

Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ
Японія	95	США	62	Ізраїль	47	Гватемала	37
Австрія	79	Австралія	61	Індонезія	46	Таїланд	34
Венесуела	73	Нова Зеландія	58	Західна Африка	46	Португалія	31
Італія	70	Греція	57	Туреччина	45	Чилі	28
Швейцарія	70	Гонконг	57	Тайвань	45	Фінляндія	26
Мексика	69	Аргентина	56	Панама	44	Югославія	21
Ірландія	68	Індія	56	Іран	43	Коста-Ріка	21
Ямайка	68	Бельгія	54	Франція	43	Данія	16
Велика Британія	66	Арабські країни	53	Іспанія	42	Нідерланди	14
Німеччина	66	Канада	52	Перу	42	Норвегія	8
Філіппіни	64	Малайзія	50	Східна Африка	41	Швеція	5
Колумбія	64	Пакистан	50	Сальвадор	40		
Південна Африка	63	Бразилія	49	Південна Корея	39		
Еквадор	63	Сінгапур	48	Уругвай	38		

**Фемінна (жіночна) культура** – культура суспільства, у якому традиційно відмінність статевих ролей несуттєва.

**Маскулінна (мужня) культура** – культура, у якій традиційно ролі чоловіків і жінок чітко розділені.

**4. Уникання невизначеності** – ступінь дискомфорту, який випробовують люди, що належать до даного суспільства, перед невідомими або невизначеними обставинами.

Таблиця 9 – Індекс уникання невизначеності (ІУН)

Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН
Греція	112	Аргентина	86	Німеччина	65	США	46
Португалія	104	Туреччина	85	Таїланд	64	Філіппіни	44
Гватемала	101	Південна Корея	85	Іран	59	Індія	40
Уругвай	100	Мексика	82	Фінляндія	59	Малайзія	36
Бельгія	94	Ізраїль	81	Швейцарія	58	Велика Британія	35
Сальвадор	94	Колумбія	80	Західна Африка	54	Ірландія	35
Японія	92	Венесуела	76	Нідерланди	53	Гонконг	29
Югославія	88	Бразилія	76	Східна Африка	52	Швеція	29
Перу	87	Італія	75	Австралія	51	Данія	23
Франція	86	Пакистан	70	Норвегія	50	Ямайка	13
Чилі	86	Австрія	70	Південна Африка	49	Сінгапур	8
Іспанія	86	Тайвань	69	Нова Зеландія	49		
Коста-Ріка	86	Арабські країни	68	Індонезія	48		
Панама	86	Еквадор	67	Канада	48		

### **Теми рефератів**

1. Особливості ведення ділових переговорів в англomовних країнах (США, Великобританія, Канада, Австралія, Нова Зеландія).

2. Особливості ведення ділових переговорів в скандинавських країнах (Норвегія, Фінляндія, Данія, Швеція).

3. Особливості ведення ділових переговорів в германських країнах (Німеччина, Австрія, Швейцарія).

4. Особливості ведення ділових переговорів в латино європейських країнах (Португалія, Іспанія, Італія, Франція, Бельгія).

5. Особливості ведення ділових переговорів в латиноамериканських країнах (Перу, Мексика, Аргентина, Чилі, Венесуела, Колумбія).

6. Особливості ведення ділових переговорів в країнах Близького Сходу (Греція, Іран, Туреччина).

7. Особливості ведення ділових переговорів в тихоокеанських країнах (Китай, Гонконг, Тайвань, Корея, Індонезія, Малайзія, Філіппіни, Сінгапур, В'єтнам).

8. Особливості ведення ділових переговорів в арабських країнах (Бахрейн, Кувейт, Саудівська Аравія, ОАЕ).

9. Особливості ведення ділових переговорів в інших країнах, які не відносяться ні до жодної групи класифікації країн, розробленої С.Роненом та О.Шенкаром (Японія, Ізраїль, Індія, Бразилія).

10.Невербальні особливості поведінки представників різних країн світу.

11.Ступінь дотримання протоколу на переговорах у представників різних національностей

## **ТЕМА 5**

### **ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

#### ***Обговорення теоретичних питань:***

1. Види організаційних комунікацій
2. Моделі організаційних комунікацій
- 3.Інформаційні потоки в організації
- 4.Види психологічного впливу в організаційних комунікаціях
5. Умови ефективності організаційних комунікацій

#### ***Завдання***

1. Охарактеризуйте комунікації в кожному з існуючих типів організаційної структури підприємства, можливе співвідношення між формальними та неформальними комунікаціями; складнощі, які можуть виникати при організації комунікації в кожній оргструктурі, шляхи їх подолання або попередження.

#### ***Теми рефератів***

1. Управління інформаційними потоками в організації
2. Фактори, що впливають на ефективність комунікаційних процесів
3. Оцінки ефективності системи внутрішніх комунікацій
4. Комунікаційні ролі в організації
5. Принципи управління персоналом
6. Формування та управління професійною командою
7. Управління формуванням організаційних комунікацій на підприємствах сфери туризму.

## **ТЕМА 6**

### **ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА. ПОВЕДІНКА ОСОБИСТОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

#### ***Обговорення теоретичних питань:***

1. Організаційна культура як управлінський ресурс керівника
2. Концепції організаційної поведінки
3. Влада та ділова політика
4. Управління та лідерство в організації

#### ***Теми рефератів***

1. Типологія організаційних культур.
2. Формування, підтримка та зміни організаційної культури
3. Типи лідерів в колективі

## ТЕМА 7

### ФОРМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ПІДПРИЄМСТВА

#### *Обговорення теоретичних питань:*

1. Ділова бесіда
2. Нарада та збори як форма комунікативної діяльності керівника
3. Проведення керівником дисциплінарної виховної бесіди
4. Види психологічного впливу в ході комунікації

#### *Завдання*

**Ситуація 1.** Ваш підлеглий одночасно є другом вашої родини й цінним працівником фірми, але на роботі допускає фамільярні відношення з вами, що знижує ваш авторитет як керівника. Терміново потрібно порозумітися.

**Ситуація 2.** Обідня перерва. Робітниця ввійшла в кабінет керівника відділу та попросила дозволу зателефонувати. Ведеться бесіда особистого характеру. Начальникові відділу повинні подзвонити по службових справах, він чекає дзвінка, але телефон усе ще зайнятий робітницею. Як би ви вчинили на місці начальника відділу?

**Ситуація 3.** Ви обговорюєте з молодшими керівниками свого підрозділу питання, що має принципове значення. Тон розмови постійно підвищується. З'являється різкість у вираженнях. На цій нараді перебувають і деякі рядові працівники. Що повинен зробити в цій ситуації старший керівник?

**Ситуація 4.** На сьогоднішній ранок ви для бесіди викликали підлеглого, який часто спізнюється на роботу. Ви за збігом обставин затрималися й прийшли на роботу із запізненням. Підлеглий чекає вас. Як ви будете себе поводити?

**Ситуація 5.** У вашій команді з'явився неформальний лідер, який не згодний із вашою політикою та діями. Через це колектив почав розпадатися на два угруповання. Щоб запобігти негативним наслідкам такої ситуації, ви запрошуєте неформального лідера на зустріч.

#### *Теми рефератів*

1. Підготовка та проведення презентації
2. Підготовка та проведення ділової бесіди

## ТЕМА 8

### КОНФЛІКТИ, ПРОФЕСІЙНИЙ СТРЕС. ПРОФЕСІЙНІ ДЕФОРМАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

#### *Обговорення теоретичних питань:*

4. Конфлікти
5. Професійний стрес.
6. Професійні деформації особистості



### ***Завдання***

Поміркуйте, які спеціальності, посади в туріндустрії є найбільш стресовими

### ***Теми рефератів***

1. Шляхи подолання стресів
2. Професійні деформації фахівців підприємств туріндустрії
3. Розвиток функціональної готовності працівників туристських підприємств до ефективного професійного й ділового спілкування.
4. Психологічна характеристика колективу турпідприємства.
5. Професійне спілкування як фактор формування здорового морально-психологічного клімату в турорганізації.
6. Професійне спілкування як фактор професійного й особистісного розвитку працівників.
7. Професійне спілкування і динаміка групових процесів у турорганізації.
8. Шляхи професійної реабілітації

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: навч. посіб./ Н.В. Ботвина. - Київ : АртЕк, 2008.
2. Власова Т.И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма/ Т.И. Власова, М.М. Данилова, А.П. Шарухин. - СПб.: ДАРК, 2005.
3. Герчикова И Л. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики/ И Л. Герчикова. — М., 2002.
4. Гойхман О.Я. Основы речевой коммуникации / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. -М.: Инфра-М.,1997.
5. Громова Н.М. Межкультурное деловое общение в сфере межнационального сотрудничества/ Н.М. Громова. – Режим доступу: <http://www.hrm.ru/db/hrm/category.html>
6. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.Л. Садохин. — М., 2002.
7. Емельянов Ю.Н. Обучение паритетному диалогу / Ю.Н. Емельянов. - Л., 1991.
8. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги. - М.: Комета, 1990.
9. Калтунова М.В. Язык делового общения / М.В. Калтунова. – М.: Экономика, 2000.
10. Куницына В.Н. Межличностное общение / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2001.
11. Морозов В. Корпоративная книга сценариев (стандартов) продаж/ В. Морозов. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru>
12. Седова Л.Н. Национальные особенности ведения деловых переговоров / Л.Н. Седова. - Харьков: ХГЭУ, 2002.
13. Соловйова Р.П. Міжнародний досвід ділового спілкування/ Р.П Соловйова, Ю.М. Соловйова. - Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vdnuet/gum/2009\\_2/19.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/gum/2009_2/19.pdf)
14. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посіб. / Г.Л. Чайка. - Київ: Знання, 2005.
15. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент/ П.І. Юхименко. - Київ : Знання, 2005.

*Навчальне видання*

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ  
до практичних занять та самостійної роботи  
з навчальної дисципліни

## **ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ**

*(для студентів 5 курсу денної форми навчання  
галузі знань «Сфера обслуговування»  
спеціальностей  
7.14010301, 8.14010301 Туризмознавство (за видами)  
8.14010101 Готельна і ресторанна справа)*

Укладач: АЛЕКСАНДРОВА Світлана Анатоліївна

Відповідальна за випуск *Л.В. Оболенцева*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання: *С. А. Александрова*

План 2015, поз. 397 М

---

Підп. до друку 25.06.2015  
Друк на ризографі  
Зам. №

Формат 60x84/16  
Ум. друк. арк. 1,1  
Тираж 50 пр.

Виконавець і виготовлювач:  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Революції, 12, Харків, 61002  
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК 4705 від 28.03.2014 р.